BAB II
LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Komunitas

2.1.1 Definisi Komunitas menurut para ahli

Komunitas merupakan kelompok sosial dari berbagai organisme dengan bermacam-macam lingkungan, pada dasarnya mempunyai habitat serta ketertarikan atau kesukaan yang sama. Di dalam komunitas, individu-individu di dalamnya mempunyai kepercayaan, kebutuhan resiko, sumber daya, maksud, preferensi dan berbagai hal yang serupa atau sama. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), komunitas adalah sekelompok manusia yang memiliki rasa peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya. Dapat diartikan bahwa komunitas adalah kelompok orang yang saling mendukung dan saling membantu antara satu sama lain.

Menurut Muzafer Sherif di dalam buku Dinamika Kelompok (2009:36), Kelompok sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teraratur, sehingga di antara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu. Komunitas juga suatu sistem sosial yang meliputi sejumlah struktur sosial yang tidak terlembagakan dalam bentuk kelompok atau organisasi dalam pemenuhannya melalui hubungan kerjasama struktural, komunitas dapat berdiri sendiri dalam hubungannya dengan fungsi-fungsi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga sosial yang lebih besar.

Sebuah komunitas merupakan “Sekumpulan individu yang mendiami lingkungan tertentu serta terkait dengan kepentingan yang sama” (Iriantara, 2004: 22). Maka sebuah komunitas merupakan sebagian kecil dari wadah yang bernama organisasi, dapat di katagorikan bahwa komunitas tidak jauh berbeda dengan sebuah organisasi yang dimana di dalamnya terdapat kebebasan dan hak manusia dalam kehidupan sosial untuk berserikat, berkumpul, berkelompok serta mengeluarkan pendapat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang “ Organisasi Kemasyarakatan” mengatakan bahwa:

Organisasi yang didirikan dan dibentuk oleh masyarakat secara sekarela berdasarkan kesamaan aspirasi, kehendak, kebutuhan, kepentingan, kegiatan, dan tujuan untuk berpartisipasi dalam pembangun demi terapainya tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2.1.2 Ciri ciri Komunitas

Dari buku Dinamika Kelompok karya Santosa (2009:37), ciri-ciri komunitas menurut Muzafer Sherif dan George Simmel adalah sebagai berikut:

a. Menurut Muzafer Sherif, ciri-ciri komunitas adalah sebagai berikut:
    1. Adanya dorongan/motif yang sama pada setiap individu sehingga terjadi interaksi sosial sesamanya dan tertuju dalam tujuan bersama.
    2. Adanya reaksi dan kecakapan yang berbeda di antara individu satu dengan yang lain akibat terjadinya interaksi sosial.

3. Adanya pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang jelas, terdiri dari peranan dan kedudukan yang berkembang dengan sendirinya dalam rangka mencapai tujuan bersama.
4. Adanya penegasan dan peneguhan norma-norma pedoman tingkah laku anggota kelompok yang mengatur interaksi dan kegiatan anggota kelompok dalam merealisasi tujuan kelompok.

b. Menurut George Simmel, ciri-ciri Komunitas adalah
   1. Besar kecilnya jumlah anggota kelompok sosial
   2. Derajat interaksi sosial dalam kelompok sosial
   3. Kepentingan dan wilayah
   4. Berlangsungnya suatu kepentingan
   5. Derajat organisasi

2.2 Komunitas Islam

Komunitas adalah sebuah kontruksi sosial yang dibagun berdasarkan atas *initial-interest* dan tujuan yang serupa pada sebuah ikhtiar yang membentuk identitas komunitas tersebut (Wenger, 1998: 63). Mereka tidak hanya saling berbagai keterampilan tapi juga berbagi pengetahuan. Sedangkan Islam memberikan semangat dan dorongan, atau bisa dikatakan menyerukan dengan mencurahkan segala kemampuan berkomunikasi serta berpropaganda dengan menggunakan berbagai media serta menggunakan metode agar dapat dimengerti.

Kata Islam berasal dari bahsa Arab “aslama”. Islam berarti taat. Islam yang dikenal sebagai *al-Din* Allah SWT, merupakan *way of life* atau *manhaj al-hayat*, sebagai kerangka atau acuan tata nilai dalam kehidupan. Oleh karenanya, ketika komunitas Islam berfungsi sebagai sebuah komunitas yang

berdasarkan sendi-sendi moral iman, islam dan takwa serta dapat direalisasikan agar dapat dipahami secara utuh dan sebagai suatu komunitas yang tidak eksklusif sebab bertindak sebagai *"al-Umma al- Wasatan"* adalah sebagai teladan di tengah arus kehidupan yang serba kompleks, pilihan-pilihan yang terkandang sangat dilematis penuh dengan dinamika perubahan, serta adanya tatangan.

Komunitas islam adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa individu Muslim dari berbagai latar belakang yang berbeda, umunya memiliki ketertarikan dan tujuan yang sama untuk menyiarkan islam. Jadi dapat dikatakan komunitas islam bila komunitas itu memiliki komitmen untuk tidak memproklamasikan terhadap komunitasnya sendiri. Untuk merubah komunitas kearah yang lebih baik di perlukan kepekan terhadap lingkungan sekitar. Komunitas islam tidak bersifat memaksa, tetapi komunitas islam siap untuk bisa merubah suatu hal yang tidak masuk terhadap titik yang disebut positif atau islam, disana lah komunitas islam siap merubah itu.

Perubahan yang dilakukan akan selalu di ingat sebab yang dilakukan tidak segampang membelikan telapak tangan, maksudnya yang perlu dirubah hanya cara berpikir, tukar pendapat dan berdiskusi. Komunitas Islam merupakan komunitas murni secara waktu dan tempat digunakan untuk melakukan kegiatan positif, terutama pembicaraan yang dapat merubah kearah yang lebih baik. Dapat di simpulkan bahwa komunitas Islam adalah kumpulan sosial yang menebarkan nilai-nilai Islamiitujuannya untuk merubah masyarakat ke arah yang lebih baik yang berlandasan al-Qur'an dan Sunnah dengan menyerukan kebaikan dan mencegah kemunkaran.

2.3 Dakwah

2.3.1 Definisi Dakwah

Dakwah secara bahasa berasal dari kata *da'a, yad'u, da'watan*, yang berarti ajakan, seruan, undangan dan panggilan. Sedangkan secara istilah berarti menyeru untuk mengikuti sesuatu dengan cara dan tujuan tertentu. (Aep, 2009:15). Secara teologis, dakwah merupakan bagian dari ibadah umat islam. Dan secara sosiologis, apapun bentuk kegiatan dakwah akan dibutuhkan oleh umat manusia dalam ranagka menumbuhkan dan mewujudkan keshalehan individual maupun sosial. (Enjang, 2009:1).

Adapun pengertian-pengertian dakwah menurut para ahli yang dikutip dari beberapa buku dakwah adalah sebagai berikut:

1. Dalam Hajir (2015:16) menurut Syekh Muhammad al-Ghazali, mengatakan bahwa dakwah adalah program pelengkap yang meliputi semua pengetahuan yang dibutuhkan guna memberikan penjelasan tentang tujuan hidup serta menyingkap rambu-rambu kehidupan agar mereka menjadi orang yang dapat membedakan mana yang boleh dijalani dan mana kawasan yang dilarang.
2. Aly Mahfudz (2009:15) mengartiakn dakwah adalah memotivasi manusia untuk berbuat kebaikan dan petunjuk, menyuruh pada yang *ma'ruf* dan mencegah pada yang *munkar*, untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.
3. Al-Mursyid dalam Enjang (2009:9) mengemukakan bahwa dakwah adalah sistem dalam menegakkan penjelasan kebenaran, kebaikan, petunjuk ajaran, memerintahkan peerbuatan *ma'ruf,* mengungkap media-

media kebatilan dan metode-metodenya dengan macam-macam pendekatan, metode dan media dakwah.

4. Menurut Dr. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan keinsyafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas.

Ada pun penjelasan dari Al-Quran tentang dakwah adalah QS. Ali Imran: 104

berikut ini:

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Gambar 2.1 QS. Ali Imran: 104

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung" (Al-Qur'an dan Terjemahan)

2.3.2 Dakwah Islam dalam Era Globalisasi

Menurut buku Komunikasi Islami karya Muis (2001:131) mangatakan, sekarang dan di masa mendatang masih akan terus berlangsungnya proses diversifikasi kegiatan dakwah islamiah. Proses

itu belum akan selesai menjelang akhir dasawarsa mendatang. Itu disebabkan oleh mekarnya pluralisasi nilai, keragaman kebutuhan, serta meluasnya pelapisan (stratifikasi) sosial. Pada lapisan bawah, mayoritas terjadi penajaman ketidakmampuan untuk menjangkau pola berfikir lapisan *ulil al bab* (cendekiawan muslim). Kesenjangan sosial sukar dielakkan. Sebab pola berpikir kelompok-kelompok cendekiawan semakin jauh terseret ke dalam cakrawala globalisasi.

Memasuki abad ke-21 memang terjadi sindrom globalisasi. Seakan-akan menciptakan tuntutan baru terhadap agama, agar agama melakukan adaptasi dengan globalisasi. Itu berarti timbulnya keperluan agama untuk menjalankan reaktualisasi (reidentifikasi) firman-firman Tuhan dalam A1-Qur'an. Jika tidak demikian, ajaran Islam sulit dilibatkan untuk menerangkan globalisasi dalam berbagai dimensi kehidupan umat.

Akan tetapi, pada lapisan bawah (masyarakat awam) kebutuhan yang semakin mendesak adalah “melepaskan diri dari himpitan hidup" yang semakin berat. Dengan meramu hubungan agama dengan tuntutan globalisasi, akan timbul masalah, bagaimana cara "melepaskan himpitan hidup” itu.

2.3.3 Komunikasi Dakwah Islam

Aktivitas dakwah adalah kegiatan komunikasi yang menimbulkan interaksi sosial. Dakwah akan semakin komunikatif bilamana para da'i memahami gejala-gejala sosial, tingkah laku manusia dalam sosio-kulturnya, dan bagaimana agama mempengaruhi tingkah lakunya, menurut Diding Nasirudin saat di wawancarai di kediamannya (2019). Dakwah merupakan kegiatan komunikasi, dikarenakan para da'i

merupakan komunikator yang menyampaikan pesan dalam bentuk ajaran-ajaran agama islam kepada mad'u yang menjadi komunikan agar mau menerima, memahami dan akhirnya melaksanakannya. Komunikasi dalam konteks dakwah bisa saja sekedar menjadi kegiatan penyampaian informasi yang tidak berdampak luas, hanya dalam bentuk penyebaran wacana bahwa audien sekedar diberitahu. Tetapi dalam kondisi tertentu komunikasi ini bisa menjadi hiburan atau bahkan sebagai pengendali tingkah laku. (Hefni, 2017:5). Dakwah yang dilakukan di tengah masyarakat diharapkan dapat mengarahkan dan membentuk tentunya perilaku tertentu. Sehingga dalam hal ini proses komunikasi dakwah harus diformat sebaik mungkin dengan menggunakan kaidah-kaidah atau hukuni yang berlaku dalam komunikasi pada umumnya. Namun demikian diantara keduanya ada sedikit perbedaan pada muatan pesan. Apabila dalam komunikasi pesan bersifat netral, maka di dalam dakwah pesan-pesan mengandung nilai keteladanan.

Dalam proses komunikasi, keberhasilan seorang komunikator adalah ketika dia bisa menjadi orang lain secara tepat sebagaimana yang dibutuhkan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan tertentu. Disini seorang komunikator Harus bisa bermain peran, menjadi aktor. Akan tetapi dalam kegiatan dakwah, seorang da'i bukan sekedar menjadi komunikator, melaihkan juga pendorong (motivator) dan contoh (teladan) dalam praktik kehidupan sehari-hari. Sebab, pesan dalam dakwah bukan sekedar data informasi; melainkan nilai-nilai keyakina'n, ibadah dan moral (akhlak) yang menuntut pengamalannya dalam

sepanjang rentang kehidupan individu di tengah masyarakat. (Hefni, 2017: 3-4)

Dari hal tersebut tentunya kita mengetahui komunikasi dakwah dalam menanamkan nilai-nilai islam sangatlah dibutuhkan khususnya bagi para remaja yang mana mereka justru harus dirangkul dengan cara atau metode pendekatan islam. Bagaimana menanamkan nilai alquran di benak mereka dengan cara yang berbeda tentunya. Al-Qur'an yang selama ini banyak disampaikan dengan cara tradisional, maka harus segera dirubah cara penyampaiannya, yaitu dengan cara modern dengan menggunakan teknologi yang sesuai dengan tuntutan zaman. Al-Qur'an sudah saatnya harus disampaikan dengan menggunakan metode cepat dan tepat, yaitu dengan cara menggunakan fasilitas komputer. Munculnya teknologi di bidang komputer ini sebenarnya sangat membantu bagi para da'i dalam menyampaikan nilai-nilai Al-Qur'an dengan metode tematik.

2.4 Komunitas Dakwah Jalanan

Komunitas Dakwah jalanan atau yang biasa disebut dengan "DJ" adalah sebuah komunitas yang baru berdiri sejak tahun 2017 yang diprakarsai oleh Bisma Abdurrahman. Didirikannya komunitas ini bertujuan sebagai sebuah media atau wadah bagi siapa saja ataupun anak jalanan khususnya dalam pembinaan karakter dab mental melalui pendektan nilai-nilai islam. Sehingga kedepan mereka mampu untuk menjadikan hidupnyalebih terarah dan memiliki tujuan yang baik serta bermanfaat bagi orang banyak sesuai dengan kemampuan yang merek miliki.

Komunitas dakwah jalanan saat ini telah memiliki 50 orang binaan anak jalanan dan 10 orang diantaranya yang aktif dalam pergerakan dakwahnya. Serta hubungannya dengan komunitas-komunitas motor di kota Bandung. Tentunya komunitas dakwah jalanan ini belumlah disebut komunitas yang besar, namun sedikit banyaknya perkumpulan dakwah serta pembinaan tetaplah berjalan. Tidak hanya melaksanakan kegiatan di masjid-masjid, namun dimanapun bisa menjadi tempat dalam berdakwah seperti di pinggir jalan yang mana biasa mereka lakukan. Selain itu peregerakan komunitas dakwah jalanan saat ini telah masuk ke sekolah-sekolah untuk memperkenalkan kepada para remaja muda mudi dan masyarakat dengan mengisahkan dan menceritakan kisah hidup mereka dari zaman jahiliah hingga mampu bangkit agar mampu memotivasi dalam kebaikan. Memberikan gambaran pula tentang bahayanya penyimpangan remaja saat ini.

Komunitas adalah sekumpulan individu-individu yang mempunyai kepercayaan, pemahaman, kepentingan, serta visi yang sama untuk mewujudkan sesuatu yang mereka inginkan. Di Bandung pada awal tahun 2017 sampai sekarang banyak komunitas-komunitas islam yang mengajak tentang berhijrah dari perilaku buruk ke yang lebih baik. Beberapa komunitas tersebut mengajarkan arti berhijrah dan makna-makna hijrah di dalamnya dengan menggunakan metode berdakwah. Salah satu komunitas tersebut adalah komunitas Dakwah Jalanan, mereka berfokus mengajak orang-orang yang ada di jalanan, antara lain geng motor, anak punk, preman, untuk di ajak berhijrah atau berubah ke arah yang lebik baik lagi.

2.5 Film Dokumenter

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya (Effendy, 2014: 134). Menurut buku gampang-gampang susah karya Chandra Tanzil (2010:1) mengatakan Film Dokumenter adalah upaya menceritakan kembali sebuah kejadian atau realita, menggunakan fakta dan data (Nicholas 1991:111). Film Dokumenter pun sama memiliki pesan yang ingin di sampakan oleh seorang director film tersebut namun film dokumenter lebih memberikan pesan-pesan terhadap fakta yang ada di lapang yang benar-benar aktual. Film dokumenter digunakan untuk merepresentasikan kenyataan dan menampilkan kembali fakta yang ada dalam kehidupan yang dibuat lebih terstruktur dalam durasi film. Film dokumenter juga merupakan rekaman kejadian yang diambil saat kejadian nyata sedang berlangsung. Hal yang menjadi poin penting tentunya adalah pesan khusus dari tema film dokumenter tersebut.

2.5.1 Dokumenter Ekspositori

Bentuk dokumenter ini menampilkan pesan kepada penonton secara langsung, melalui presenter atau narasi berupa teks maupun suara. Kedua media tersebut berbicara sebagai orang ketiga kepada penonton. Penjelasan presenter atau narasi cenderung terpisah dari alur cerita film,

itu sebabnya pesan atau *point of view* (POV) dari ekspositori seringkali dikolaborasi lewat suara atau teks dari pada lewat gambar. Pada ekspositori gambar disusun sebagai penunjang argumentasi yang disampaikan lewat narasi dan persenter, berdasarkan naskah yang sudah dibuat dengan prioritas tertentu (Tanzil, 2010:7-8).

Penulis memilih gaya bertutur dengan tipe pemaparan ekspositori karena wawancara digunakan sebagai informasi utama yang diperkuat dengan insert shot untuk memperjelas informasi yang akan disampaikan kepada penonton.

2.6 Sinematografi

Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris *Cinematography* yang berasal dari bahasa Latin *Kinema* 'gambar' dan *Graphoo*. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide (dapat mengemban cerita). Teknik sinematografi menjadi faktor utama dalam kesuksesan pembuatan film (Biran,2014:40) Peran *Director Of Photograpy* sangat berpengaruh besar, karena pemilihan *angle* kamera, *type of shot* jarak kamera, penggunaan lensa, kecepatan gambar hingga gerak kamera bisa mempengaruhi *visualisasi* dari cerita. Menurut Misbach Yusa Biran mengatakan terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan agar pengambilan gambar dalam teknik sinematografi yang akan dilakukan mempunyai nilai sinematik yang baik, yaitu mengatur maksud motivasi dan maksud *shot*-nya serta kesinambungan cerita untuk menyampaikan pesan dari sebuah film, yaitu:

2.6.1 Komposisi

Menurut Samedhi (2011) mengatakan Komposisi adalah suatu cara untuk meletakan objek gambar di dalam layar sehingga gambar tampak menarik, menonjol dan bisa mendukung alur cerita. Secara sederhana komposisi dapat diatrikan sebagai suatu cara untuk membuat sebuah gambar dalam sebuah frame terlihat menarik dan objek yang ingin ditampilkan terlihat lebih menonjol. Atau dalam arti lain kita mengarahkan penonton pada Point of Interest (POI) dalam gambar yang kita buat. Tidak ada aturan khusus untuk komposisi. Bagaimana anda mengorganisir gambar sehingga penonton bisa menikmati gambar tersebut. Menurut Bambang semedhi, seperti yang ditulis dalam bukunya, teori komposisi terdiri dari dua unsur yaitu:

a. Rule of third (teori sepertiga layar) Teori sepertiga layar adalah menempatkan pusat atau titik perhatian *(point if interest).* Komposisi ini akan sering di gunakan oleh penulis sebagai *Director Of Photograpy* untuk mengambil shot wawancara atau mengambil shot lainnya. Dalam aturan sepertiga layar, jika *Director Of Photograpy* menempatkan bagian paling menarik dari sebuah gambar di salah satu titik tersebut, maka secara keseluruhan foto akan menjadi lebih seimbang dengan hasil yang lebih lebih bagus.
b. Diagonal adalah suatu panduan untuk pengambilan gambar luas (*long shot*) yang mempertimbangkan unsur-unsur diagonal sebagai komponen gambarnya. Tujuanya untuk memberikan kesan mendalam dan kesan tiga dimensi. Penulis sebagai *Director Of Photograpy* pasti sesekali akan menggunakan komposisi tersebut saat mengambil

gambar. Komposisi diagonal dapat digunakan untuk memancarkan naluri kedalaman dan gerakan untuk subjek yang ditempatkan pada suatu sudut. Untuk hasil yang memuaskan terkadang penulis menggunakan komposisi diagonal dikombinasikan dengan aturan sepertiga layar *(Rule of third*).

2.6.2 *Camera Angle* (Sudut Pandang Kamera)

Menurut Biran dalam buku 5 jurus sinematografi (2014) mengatakan *Camera angle* atau sudut penempatan kamera juga memegang peranan yang sangat penting pada sinematografi. Bagaimanapun juga sebuah film dibentuk oleh beberapa banyak shot yang dirangkai sedemikan rupa agar mendukung alur cerita dalam film. Penempatan *angle* yang baik tentu saja bisa memperkuat sebuah film karena angle kamera ini adalah mata penonton melihat informasi visual dan juga bisa berarti seberapa besar area yang kita gunakan dalam sebuah shot. Penempatan sudut kamera akan memposisikan sebagai penonton. Berikut macam-macam *camera angle* yang akan digunakan penulis saat membuat film dokumenter ini, antara lain:

1. *Bird Eye View*

   Teknik pengambilan gambar yang dilakukan dengan ketinggian kamera berada di atas ketinggian objek. Hasilnya akan terlihat lingkungan yang luas. Penulis sebagai *Director Of Photograpy* akan mengunakan *camera angle* ini sesekali karena *angle* ini lebih menunjukan tempat, wilayah atau kondisi geografis seseorang atau bisa juga menjadi transisi perpindahan tempat.

2. *High Angle*

Sudut pengambilan dari atas objek sehingga mengesankan objek jadi terlihat kecil. Teknik ini memiliki kesan dramatis seperti kerdil atau lemah. Angle ini akan penulis pakai saat mengambil beberapa gambar saat produksi di lapangan.

3. *Low Angle*

Sudut pengambilan dari arah bawah objek sehingga mengesankan objek jadi terlihat besar. Teknik ini memiliki kesan dramatis yaitu nilai agung/ *prominance,* berwibawa, kuat dan dominan. Saat wawancara penulis akan menggunakan *angle* ini karena narasumber akan menjadi fokus utama atau dominan pada *shot* tersebut untuk memberikan informasi yang penting.

4. *Eye Level*

Sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek. Hasilnya memperlihatkan tangkapan pandangan mata seseorang. Teknik ini tidak memiliki kesan dramatis melainkan kesan wajar. *Eye level* berguna memberikan kesan pada penonton, bahwa mereka ada di tempat yang sama pada objek atau sejajar dengan mata objek dan penonton. Angle ini juga biasanya akan di jumpai saat *shot* wawancara pada sebuah fulm.

2.6.3 *Type Of Shot* (Ukuran Gambar)

Sebuah film terbentuk dari sekian banyak jenis *shot*. Tiap *shot* membutuhkan penempatan kamera pada posisi yang paling terbaik bagi pandangan penonton, bagi tata set dan *action* pada suatu saat tertentu dalam perjalanan cerita (Imanjaya, 2006:4). *Type of shot* yang umum digunakan antara lain:

1. EWS (*Extreme Wide Shot*)

   Extreme wide shot merupakan tipe shot yang digunakan untuk menunjukan sebuah lingkungan dimana subjek film berada. Tipe shot ini seringkali dipakai untuk membangun suasana sebuah adegan, subjek film terkadang hampir tak tampak dalam visual karena penggunaan sudut pandang lebar yang extreme.

2. VWS (*Very Wide Shot*)

   Very wide shot merupakan tipe shot sangat luas, namun secara visual lebih sempit jika dibandingkan dengan tipe *extreme wide shot.*

3. WS (*Wide Shot*)

   Dalam tipe *wide shot*, subjek sudah dapat diidentifikasi dengan jelas karena telah memenuhi frame gambar meski terdapat jarak diatas kepala dan dibawah kaki.

4. MS (*Medium Shot*)

   Medium shot merupakan tipe shot yang menunjukkan beberapa bagian dari subjek secara lebih rinci, pada subjek manusia tipe shot ini akan menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala. Tipe shot ini biasanya digunakan saat subjek berbicara untuk memberikan informasi.

5. MCU (*Medium Close Up*)

   Medium close up merupakan jenis shot untuk menunjukan wajah subjek agar lebih jelas dengan ukuran shot sebatas dada hingga kepala.

6. CU (*Close Up*)

Tipe *shot close up* sering digunakan untuk menekankan keadaan emosional subjek.

7. BCU (*Big Close Up*)

   Big close up adalah shot yang menampilkan bagian tubuh atau benda tertentu sehingga tampak besar. Misalnya wajah manusia sebatas dagu sampai dahi.

8. ECU (*Extreme Close Up*)

   Extreme close up merupakan tipe shot untuk menampilkan detail objek, misalnya mata, hidung, dan telinga.

9. LS (*Long Shot*)

   Long shot adalah shot yang sangat jauh, menyajikan bidang pandangan yang lebih dekat di bandingkan *extreme long shot,* subjek masih didominasi oleh latar belakang yang lebih luas.

10. MLS (*Medium Long Shot*)

    Medium long shot adalah pengambilan gambar yang dilakukan dari jarak jauh, tetapi tidak sejauh *establish shot*. Digunakan untuk penekanan terhadap lingkungan sekitar.

11. ELS (*Extreme Long Shot*)

    Extreme long shot adalah shot sangat jauh, menyajikan bidang pandangan yang sangat luas, kamera mengambil keseluruhan pandangan, subjek utama dan lainnya nampak sangat kecil dalam hubungannya dengan latar belakang.

12. ES (*Establish Shot*)

Establish shot yang menampilkan keseluruhan pemandangan atau suatu tempat untuk memberi orientasi tempat dimana peristiwa atau adegan itu terjadi.

13. OSS (*Over Shoulder Shot*)

    Over the shoulder shot merupakan tipe shot yang dilakukan untuk dua subjek, namun pengambilan gambar dilakukan dari belakang bahu salah satu subjek. Tipe shot ini biasa digunakan dalam sebuah percakapan dua subjek.

14. POV (*Point Of View Shot*)

    Point of view shot adalah tipe shot yang menunjukan sesuatu dari sudut pandang subjek, dalam hal ini fungsi kamera sebagai mata subjek.